

sílabo

PROYECTOS IV: EDITORIAL

I. Datos Informativos:

Código	: 3044062
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 2
Ciclo	: 4° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Proyectos III: Storytelling
Docente	: Carlo Daniel Rodríguez Viñas y Fabiana Norvani Gonzalez.

II. Sumilla

Este curso de formación profesional tiene como objetivo que el alumno aprenda a explorar la relación de forma y comunicación en diseño gráfico, integrando adecuadamente textos e imágenes de forma manual y digital. Se explora la tipografía como un vehículo de comunicación expresiva y funcional aplicado a la creación y producción de piezas de comunicación visual permitiéndole al alumno comprender las conexiones entre la forma tipográfica, la legibilidad, la organización, composición y proporción.

El contenido a tratar está referido a: Enfatizar el impacto de la tipografía e imágenes y sus relaciones sintácticas en el público. Solucionar la disposición de elementos como textos, ilustraciones y fotografías dentro de un espacio concreto para conseguir un equilibrio estético llegando a construir una página integrada y que cumpla con los requisitos de una adecuada comunicación visual. Creación de retículas como proceso previo para la comprensión y conceptualización, tratadas e forma profesional y siguiendo los objetivos de comunicación. Conceptualizar en términos técnicos de comunicación, función, mensaje, legibilidad y estética. Hacer uso del software diagramador para los proyectos editoriales. Aplicar los procesos de Diseño conceptuales, manuales y digitales que se deben emplear para la realización de trabajos que deberán ser sustentados. Le permite comprender la estrecha relación existente entre las diferentes áreas de trabajo de una empresa editorial y desarrollar la capacidad de creación de una publicación de complejidad y la supervisión de la cadena de producción proyectual gráfica.

III. Competencias

- **General:**
Sustenta, organiza y resuelve sus proyectos de diseño.
- **Específicas:**
 - Sus proyectos son desarrollados en base a la herramienta estratégica para el desarrollo del pensamiento creativo.
 - Diseña sus proyectos tomando en cuenta los 10 principios del diseño según Dieter Rams.
 - Sintetiza, aplica, compone y critica sus proyectos de diseño.
 - Demuestra aplicando y sustentando saberes de composición, color, forma, semiótica visual y verbal.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Prueba de entrada. Principios del diseño. Buenas y malas prácticas en el diseño editorial.
- Metodologías para la aplicación del pensamiento de diseño. Design Thinking y la metodología pro.seso. Desarrollo de brief e investigación para solución de problema web.

2ª Semana

- Creación del retrato robot para lograr la empatía con el usuario.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Prototipos y Selección. Uso del Concept Board para validar ideas.

4ª Semana

- Taller Grupal 1: Aplicación de la metodología pro.seso para la solución de un problema editorial digital. Nivel y evaluación de entregable: Proceso + Concept Board.

5ª Semana

- Presentación de los resultados. Aprendizajes sobre nuestro propio proceso.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Taller Individual 1 parte 1: Aplicación de la metodología pro.seso para la solución de un problema editorial digital. Nivel y evaluación de entregable: Pro.seso + Concept Board.

7ª Semana Examen Parcial + Clase

- Taller Individual 1 parte 2.

8ª Semana

- Taller Individual 2 parte 3: Aplicación de la metodología pro.seso para la solución de un problema una aplicación digital. Nivel y evaluación de entregable: Pro.seso + Concept Board.

9ª Semana

- Taller Individual 1 parte 4.

10ª Semana

- Taller Individual 1 parte 5.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Taller Grupal 2 parte 1: Aplicación de la metodología pro.seso para la solución de un problema de una aplicación digital. Nivel y evaluación de entregable: Pro.seso + Concept Board.

12ª Semana

- Taller Grupal 2 parte 2.

13ª Semana

- Taller Grupal 2 parte 3.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Taller Grupal 2: Aplicación de la metodología pro.seso para la solución de un problema de una aplicación digital. Nivel y evaluación de entregable: Productos.

15ª Semana - Examen Final

16ª Semana – Evaluación con Jurado / Entrega de Notas

V. Metodología

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

III. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular del curso atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de una investigación que sustente el proyecto a desarrollar desde la semana 8.

IV. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

Todo trabajo desarrollado debe ser sustentado.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (20%)
- Evaluación Continua (40%) → Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (40%) → Dos evaluaciones (Docente del curso 20% y Jurado 20%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VII. Fuentes

Nº	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/A48L	Ambrose, G. y Harris, P. (2007). <i>Layout</i> . Barcelona: Parramón.
2	658.83/G27	Zaragoza, R. (2014). <i>Designpedia: 80 Herramientas para construir tus ideas</i> . España: LID.
3	741.63/H23	Haslam, A. (2007). <i>Creación, diseño y producción de libros</i> . Barcelona: Blume.
4	EBSCO: Art Source	Tobias, P., & Spiegel, D. S. (2010). Facilitating the Dialogue of User Experience through Design. <i>Design Principles & Practice: An International Journal</i> , 4(1), 15-21.
5	EBSCO: Art Source	Sharma, S., & Fisher, A. (2013). Simulating the User Experience: Design Optimisation for Visitor Comfort. <i>Architectural Design</i> , 83(2), 62-65.

6	EBSCO: Art Source	Battarbee, K., & Koskinen, I. (2005). Co-experience: user experience as interaction. <i>Codesign</i> , 1(1), 5-18
7	Repositorio UCAL	Oscar Mas. (2014). Diseñando país: El valor del diseño. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/146

Fuentes complementarias

Brown, T. (2011). *Human Centered Design Toolkit*. IDEO.

Ricarte, J. (1999). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Ambrose, G. y Harris, P. (2010). *Bases del diseño: Metodología del diseño*. Barcelona: Parramón.